

## **RESOLUCIÓN RELATIVA A LA REVISIÓN SEMESTRAL DE PARÁMETROS UTILIZADOS EN LA METODOLOGÍA DE ANÁLISIS EX ANTE DE LAS OFERTAS COMERCIALES DE TELEFÓNICA DE ESPAÑA, S.A.U.**

**(Expte. OFMIN/DTSA/1565/14/REVISIÓN DE PARÁMETROS METODOLOGÍA)**

### **SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA DE LA CNMC**

#### **Presidenta**

D<sup>a</sup>. María Fernández Pérez

#### **Consejeros**

D. Eduardo García Matilla

D. Josep Maria Guinart Solà

D<sup>a</sup>. Clotilde de la Higuera González

D. Diego Rodríguez Rodríguez

#### **Secretario de la Sala**

D. Tomás Suárez-Inclán González, Secretario del Consejo

En Madrid, a 2 de diciembre de 2014

Visto el expediente relativo a la revisión semestral de parámetros utilizados en la metodología de análisis ex ante de las ofertas comerciales de Telefónica de España, S.A.U., la **SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA** acuerda lo siguiente:

## **I ANTECEDENTES**

### **PRIMERO.- Aprobación de la metodología vigente para el análisis de las ofertas comerciales de Telefónica**

Con fecha 26 de julio de 2007 la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT) dictó Resolución del expediente MTZ 2006/1486, por la que se aprobó la metodología para el análisis ex ante de las ofertas comerciales de Telefónica de España S.A.U. (en adelante, Telefónica). Dicha metodología concretaba las obligaciones impuestas a este operador en virtud de los análisis de los mercados de acceso<sup>1</sup>, tráfico telefónico<sup>2</sup> y banda ancha mayorista<sup>3</sup> correspondientes a la primera ronda de análisis de mercados.

---

<sup>1</sup> Resolución de 23 de marzo de 2006 sobre la definición de los mercados de acceso a la red telefónica pública en una ubicación fija para clientes residenciales y acceso a la red telefónica pública en una ubicación fija para

En dicha resolución se estableció el modo de determinar los márgenes máximos con que cuenta Telefónica para su acción comercial referente a los servicios incluidos en los mercados anteriores. De manera adicional, se impuso a Telefónica la obligación de responder, cada seis meses, a un requerimiento de información para que esta Comisión actualice el valor actual neto (VAN) de su oferta comercial de forma semestral.

## **SEGUNDO.- Nuevas rondas de análisis de mercados**

Las posteriores Resoluciones sobre el análisis del mercado <sup>1</sup> y de los mercados 4 y 5<sup>5</sup> han mantenido las obligaciones relativas a la aplicación de la metodología de análisis ex ante de las ofertas comerciales de Telefónica.

Por otro lado, la segunda revisión de los mercados 3 a 6<sup>6</sup> consideró que dichos servicios no constituían un mercado cuyas características justificasen la imposición de obligaciones específicas, y no eran por tanto susceptibles de regulación ex ante. En consecuencia, se acordó suprimir las obligaciones impuestas a Telefónica en el marco de la primera ronda de análisis de mercados, así como las obligaciones aplicables en virtud de la Resolución de 26 de julio de 2007.

## **TERCERO.- Actualizaciones de la metodología**

De manera periódica la CMT ha ido aprobando las correspondientes Resoluciones que han actualizado determinados parámetros de la metodología para el análisis ex ante de las ofertas comerciales de Telefónica. alguna de estas actualizaciones abordó también la revisión de aspectos sustantivos de la metodología, como la adaptación de su contenido al resultado de la segunda y tercera ronda de definición y análisis de los mercados fijos minoristas de acceso, tráfico telefónico y banda

---

clientes no residenciales, el análisis de los mismos, la designación de operadores con poder significativo de mercado y la imposición de obligaciones específicas (mercados 1 y 2 de la Recomendación de 2003).

<sup>2</sup> Resolución de 9 de febrero de 2006 sobre la definición de los mercados de servicios telefónicos locales y nacionales disponibles al público prestados desde una ubicación fija a clientes residenciales, servicios telefónicos internacionales disponibles al público prestados desde una ubicación fija para clientes residenciales, servicios telefónicos locales y nacionales disponibles al público prestados desde una ubicación fija para clientes no residenciales, el análisis de los mismos, la designación de operadores con poder significativo de mercado y la imposición de obligaciones específicas (mercados del 3 a 6 de la Recomendación de 2003).

<sup>3</sup> Resolución de 1 de junio de 2006 sobre la definición del mercado de acceso mayorista de banda ancha, el análisis del mismo, la designación de operadores con poder significativo de mercado y la imposición de obligaciones específicas (mercado 12 de la Recomendación de 2003).

<sup>4</sup> En segunda ronda, se aprobó la Resolución de 5 de marzo de 2009 sobre la definición y el análisis del mercado minorista de acceso a la red telefónica en una ubicación fija para clientes residenciales y no residenciales (mercado 1 de la Recomendación de 2007). En tercera ronda, se aprobó la Resolución de 13 de diciembre de 2012, por la cual se aprueba la definición y el análisis del mercado minorista de acceso a la red telefónica pública en una ubicación fija, la designación del operador con poder significativo de mercado y la imposición de obligaciones específicas, y se acuerda su notificación a la Comisión Europea y al Organismo de Reguladores Europeos de Comunicaciones Electrónicas (MTZ 2012/1302).

<sup>5</sup> Resolución de 22 de enero de 2009 sobre la definición y el análisis del mercado de acceso (físico) al por mayor a infraestructura de red (incluyendo el acceso compartido o completamente desagregado) en una ubicación fija y el mercado de acceso de banda ancha al por mayor (mercados 4 y 5 de la Recomendación de 2007).

<sup>6</sup> Resolución de 12 de diciembre de 2008 sobre la revisión de los mercados minoristas de tráfico telefónico disponibles al público prestados desde una ubicación fija (antiguos mercados 3 al 6 de la Recomendación de 2003).

ancha mayorista. Además, las revisiones introdujeron criterios adicionales para analizar determinadas prácticas observadas en el mercado no previstas inicialmente, como las ofertas comerciales dirigidas a clientes en planta o la comercialización de paquetes de banda ancha que incluyen el servicio de televisión de pago<sup>7</sup>.

La última actualización de parámetros fue aprobada mediante Resolución de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) de 3 de julio de 2014<sup>8</sup>.

#### **CUARTO.- Apertura del procedimiento y requerimiento de información**

Mediante escrito de 5 de septiembre de 2014, la CNMC notificó la apertura del presente procedimiento a Telefónica. Asimismo, en el acto de inicio se realizó un requerimiento de información a Telefónica a través del cual se le solicitaba a este operador que remitiera el texto completo de determinados contratos de adquisición de contenidos audiovisuales.

Telefónica dio cumplimiento a la petición de información de esta Comisión a través de un escrito de fecha 19 de septiembre de 2014.

#### **QUINTO.- Segundo requerimiento de información**

Con fecha 22 de septiembre de 2014 la CNMC requirió a Telefónica que aportara información relativa a la evolución de su planta de clientes de fibra y al número de bajas mensuales correspondientes a estos clientes. Telefónica presentó un escrito con la respuesta al requerimiento el día 3 de octubre de 2014.

#### **SEXTO.- Información semestral**

El día 21 de octubre de 2014 tuvo entrada en el Registro de la CNMC un escrito de Telefónica a través del cual ponía en disposición de esta Comisión los datos correspondientes al requerimiento de información semestral.

#### **SÉPTIMO.- Informe de audiencia y escrito de alegaciones**

El día 4 de noviembre de 2014 se dio traslado a Telefónica del informe de audiencia de la Dirección de Telecomunicaciones y Sector Audiovisual (en adelante, DTSA), con el fin de que presentara las alegaciones que estimara oportunas.

#### **OCTAVO.- Alegaciones al informe de audiencia**

Con fecha 18 de noviembre de 2014 tuvo entrada en el Registro de la CNMC el escrito de Telefónica de alegaciones al informe de audiencia.

---

<sup>7</sup> Resolución de 30 de mayo de 2013, por la que se actualizan determinados parámetros de la metodología para el análisis ex ante de las ofertas comerciales de Telefónica (AEM 2012/2061).

<sup>8</sup> Resolución por la que se actualizan los parámetros utilizados en la metodología de análisis ex ante de las ofertas comerciales de Telefónica (OFMIN/DTSA/608/14).

## II FUNDAMENTOS JURÍDICO PROCEDIMENTALES

### II.1 HABILITACIÓN COMPETENCIAL

Las competencias de la CNMC para intervenir resultan de lo dispuesto en la normativa sectorial y, de manera especial, en la Ley 9/2014, de 9 de mayo, de Telecomunicaciones. Esta Ley sustituye a la anterior Ley General de Telecomunicaciones (Ley 32/2003) que establecía las competencias de esta Comisión y que ha determinado sus actuaciones hasta la entrada en vigor del nuevo texto normativo.

El artículo 68.1 de la Ley 9/2014 establece la consideración de Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia como Autoridad Nacional de Reglamentación (ANR), en lo que se refiere a las competencias que la mencionada Ley le atribuye.

En el desarrollo de sus respectivas competencias, las Autoridades Nacionales de Reglamentación (ANR) aplicarán principios reguladores objetivos, transparentes, no discriminatorios y proporcionados, con arreglo a, entre otros, los siguientes fines:

*e) Salvaguardar la competencia en beneficio de los consumidores y promover, cuando sea posible, la competencia basada en infraestructuras.*

(...)

*g) Ejercer sus responsabilidades de tal modo que se promueva la eficiencia, la competencia sostenible y el máximo beneficio para los usuarios finales.*

En concreto, el artículo 70.2 la Ley 9/2014 atribuye a la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, entre otras, las siguientes funciones:

*a) Definir y analizar los mercados de referencia relativos a redes y servicios de comunicaciones electrónicas, entre los que se incluirán los correspondientes mercados de referencia al por mayor y menor, y el ámbito geográfico de los mismos, cuyas características pueden justificar la imposición de obligaciones específicas, en los términos establecidos en el artículo 13 de la presente ley y su normativa de desarrollo.*

*b) Identificar el operador u operadores que poseen un poder significativo de mercado cuando del análisis de los mercados de referencia se constate que no se desarrollan en un entorno de competencia efectiva.*

*c) Establecer, cuando proceda, las obligaciones específicas que correspondan a los operadores con poder significativo en los mercados de referencia, en los términos establecidos en el artículo 14 de la presente ley y su normativa de desarrollo.*

(...)

Con fecha 22 de enero de 2009, la CMT adoptó la Resolución por la que se aprueba la definición y análisis del mercado de acceso (físico) al por mayor a infraestructura de red (incluido el acceso compartido o completamente desagregado) en una

ubicación fija y el mercado de acceso de banda ancha al por mayor (en adelante, Resolución de los mercados 4 y 5)<sup>9</sup>.

La Resolución precitada acuerda en su Resuelve Sexto:

*“Imponer a Telefónica de España, S.A.U. las obligaciones recogidas en el Anexo 1 de la presente Resolución en relación con el acceso compartido y completamente desagregado; las obligaciones recogidas en el Anexo 2 de la presente Resolución en relación con el acceso mayorista a la infraestructura de obra civil; y las obligaciones recogidas en el Anexo 3 de la presente Resolución en relación con el servicio mayorista de acceso de banda ancha”.*

Por su parte, el Anexo 3 de obligaciones de la Resolución (“Medida en relación con el servicio mayorista de acceso de banda ancha hasta 30 Mbit/s”) dispone lo siguiente:

*“1.- Obligación de proporcionar los servicios mayoristas de acceso de banda ancha (con velocidad nominal hasta 30 Mbit/s) a todos los operadores.*

*La efectividad de esta obligación requiere la imposición genérica de las siguientes obligaciones a Telefónica:*

*[...]*

*d) Comunicación por Telefónica a la CMT de los precios y condiciones aplicables a los servicios minoristas de banda ancha y sus modificaciones, incluyendo a clientes finales del Grupo Telefónica, así como el desglose de los precios en el caso de paquetes (Arts. 13.1 e) de la LGTel y 11 del Reglamento de Mercados; art. 13 de la Directiva de Acceso)*

*Se entenderán sujetas a la obligación anterior las tarifas y condiciones aplicadas por Telefónica o cualquier empresa de su Grupo, así como todo tipo de reducciones sobre las mismas, bonos de descuento, planes de precios, paquetes de servicios y tarifas especiales o moduladas en el marco de ofertas minoristas de acceso de banda ancha. Igualmente aplicará la obligación anterior sobre cualquier modificación de las ofertas ya existentes.*

*Esta obligación implica que Telefónica o cualquier empresa de su Grupo está obligada a comunicar a la CMT los citados precios y condiciones aplicables a los servicios minoristas de banda ancha, con un mínimo de quince días de antelación a su aplicación/comercialización efectiva.*

*En el caso de introducción por Telefónica o cualquier empresa de su Grupo empresarial, de modalidades con nuevas estructuras de precios en la cuota de abono*

---

<sup>9</sup> Expediente MTZ 2008/626.

*mensual, este operador deberá presentar a esta Comisión con al menos 1 mes de antelación a su comercialización una propuesta para modificar la OBA, de manera que, de ser necesario, se puedan introducir en esta oferta los cambios necesarios que permitan a los operadores alternativos competir en igualdad de condiciones con la oferta minorista de banda ancha de Telefónica”.*

Asimismo, en virtud de lo dispuesto en la Resolución de 13 de diciembre de 2012<sup>10</sup>, relativa a la definición y análisis del mercado 1, Telefónica está obligada “a notificar cualquier modificación de los precios y condiciones aplicables, con al menos 21 días de antelación a su aplicación/comercialización efectiva. Se entenderán sujetas a la obligación anterior tanto las tarifas generales como todo tipo de reducciones sobre las mismas, planes de precios, paquetes de servicios, tarifas especiales y cualquier otro tipo de ofertas, combinadas o no, que incluyan el acceso a la RTPF. Igualmente aplicará la obligación anterior sobre cualquier modificación de las ofertas ya existentes. Pasado dicho plazo sin oposición de la CMT, Telefónica podrá comercializar el servicio, al precio indicado, sin perjuicio de las potestades de intervención posterior de la CMT”.

Por otro lado, mediante las citadas Resoluciones de mercados 4-5 y del mercado 1 se impuso a Telefónica la prohibición de comercializar ofertas minoristas que impliquen riesgos para la libre competencia, como pudieran ser aquéllas que suponen reducciones de precios anticompetitivos (estrechamientos de márgenes o precios predatorios), empaquetamientos abusivos o injustificados, prácticas discriminatorias o cláusulas contractuales abusivas.

A estos efectos, los citados análisis de mercado establecieron que la evaluación de las eventuales prácticas anticompetitivas anteriores se realizaría de acuerdo con los procedimientos de valoración propios de intervención *ex ante* que las Autoridades Nacionales de Regulación (ANR) sectoriales tienen atribuidos.

En particular, en el caso de los servicios afectados, se señalaba que “serán de aplicación las disposiciones contenidas en la metodología para el análisis *ex ante* de las ofertas comerciales de Telefónica de España, S.A.U. (MTZ 2006/1486), así como sus sucesivas actualizaciones”.

Conforme a las previsiones citadas en el presente apartado, atendiendo a lo señalado en los artículos 20.1 y 21.2 de la Ley 3/2013, el órgano competente para resolver el presente procedimiento es la Sala de Supervisión Regulatoria de la CNMC.

---

<sup>10</sup> Resolución por la cual se aprueba la definición y el análisis del mercado minorista de acceso a la red telefónica pública en una ubicación fija, la designación del operador con poder significativo de mercado y la imposición de obligaciones específicas, y se acuerda su notificación a la Comisión Europea y al Organismo de Reguladores Europeos de Comunicaciones Electrónicas (MTZ 2012/1302).

### III FUNDAMENTOS JURÍDICO MATERIALES

#### III.1 ACTUALIZACIÓN DE LOS PARÁMETROS UTILIZADOS EN EL ANÁLISIS DE LAS OFERTAS COMERCIALES DE TELEFÓNICA

El objeto de la metodología para el análisis ex ante de las ofertas minoristas de Telefónica es clarificar los instrumentos que utiliza esta Comisión para analizar si las mismas son consistentes con las obligaciones impuestas a dicho operador en lo que se refiere a su replicabilidad económica. De esta forma aumenta la seguridad jurídica tanto para la propia Telefónica, cuya estrategia comercial es objeto de control regulatorio, como para sus competidores, que han de contar con unos criterios sólidos sobre los que determinar qué tipo de ofertas y bajo qué circunstancias podrían ser consideradas, en un análisis ex ante, como prácticas susceptibles de producir efectos anticompetitivos.

En la Resolución que aprobó la metodología se estableció el modo de determinar los márgenes máximos con que cuenta Telefónica para su acción comercial referente a los servicios incluidos los mercados 1, 4 y 5.

Dada la rápida evolución de los mercados de comunicaciones electrónicas y de la acción comercial de Telefónica, la Resolución previó la necesidad de ser revisada de forma periódica con el fin de adaptar los parámetros relevantes a los datos más actualizados posibles. Por esta razón se impuso a Telefónica la obligación de responder, cada seis meses, a un requerimiento de información relativo a la evolución de determinadas magnitudes que se utilizan en la determinación del valor actual neto (VAN) de los productos que integran su oferta comercial.

La presente Resolución actualiza los flujos de costes e ingresos considerados para modificar, en su caso, el VAN correspondiente a los diferentes productos minoristas de Telefónica.

Entre otros aspectos, se ha revisado el número de líneas adicionales asociadas a *Movistar Fusión*. Hasta el momento, se venían utilizando **[CONFIDENCIAL]** líneas móviles adicionales tanto para los paquetes *Movistar Fusión* como *Movistar Fusión Mini*, que se determinaban teniendo en cuenta el ratio entre las líneas móviles *Movistar Fusión* y las líneas fijas de paquetes *Fusión* (tanto en su modalidad general como modalidad *Mini*). No obstante, la consolidación en el mercado de los paquetes *Movistar Fusión Mini*, y la constatación de que estos últimos productos cuentan con menos líneas adicionales justifican un cálculo diferenciado. Por ello, se ha estimado el número de líneas asociadas a los empaquetamientos *Movistar Fusión* (cuya línea principal ofrece minutos móvil-móvil/móvil-fijo ilimitados y 2GB de datos) y aquellas asociadas a los paquetes *Movistar Fusión Mini* (aquéllos cuya línea principal incorpora una franquicia de 100 minutos y 500MB).

En el primero de los casos, se considerarán **[CONFIDENCIAL]** líneas adicionales, mientras que en el segundo caso se tendrán en cuenta **[CONFIDENCIAL]** líneas.

Si se mantuviera el criterio anterior y se continuara con una agregación de líneas adicionales, en el nuevo semestre se utilizarían **[CONFIDENCIAL]** líneas para todos los productos *Fusión*.

La aplicación de este criterio tiene como efecto la reducción de los VAN de los paquetes *Movistar Fusión Mini* y un cierto incremento de los VAN de los paquetes de la modalidad general de *Fusión*.

Por otro lado, se ha utilizado la información procedente del requerimiento semestral para actualizar los cálculos teniendo en cuenta los consumos reales de los clientes de Telefónica (tanto de voz fija, como de voz y banda ancha móvil). Igualmente, se han considerado datos actualizados relativos a costes de comercialización minorista, y los precios de terminación internacional y a SMS.

Las plantas de clientes de televisión se han actualizado teniendo en cuenta el último requerimiento periódico sobre las mismas<sup>11</sup>, que muestra información a 15 de noviembre de 2014. En concreto, se ha utilizado una planta de **[CONFIDENCIAL]** clientes de *Movistar TV Mini*, **[CONFIDENCIAL]** de *Extra Para Todos*, **[CONFIDENCIAL]** de *Extra Energía* y **[CONFIDENCIAL]** de *Extra Fútbol*. En las cifras anteriores quedan incluidos los clientes de *Movistar TV Total*. A partir de estas plantas se han recalculado los costes de los contenidos audiovisuales<sup>12</sup> y los costes de red correspondientes a la prestación del servicio de televisión.

Finalmente, en el cálculo de los VAN se ha actualizado el precio de terminación fija, que según la modificación establecida en la reciente Resolución del mercado 3<sup>13</sup> ha quedado fijado en 0,0817 c€/min.

### III.2 REVISIÓN DE LA VIDA MEDIA DE LOS CLIENTES DE PRODUCTOS DE VELOCIDADES SUPERIORES A 30Mb

La permanencia media del cliente es un parámetro de relevancia en el test de replicabilidad. Cuando se analiza la replicabilidad de productos de velocidades inferiores a 30Mb –que se prestan fundamentalmente mediante redes de cobre–, se utiliza como referencia la permanencia media del cliente en el momento en que éste se da de baja. De acuerdo con los requerimientos de información efectuados por esta Comisión, este valor se estima en 27 meses<sup>14</sup>. En el caso de productos de velocidades superiores a los accesos de fibra, el test de replicabilidad considera que el cliente tiene una permanencia más prolongada, establecida en 48 meses.

En el marco del presente procedimiento, esta Comisión requirió a Telefónica que aportara, para cada trimestre entre el primero de 2010 y el segundo de 2014, el número de altas de nuevos clientes de FTTH. Además, para cada grupo de clientes que se dieron de alta en un trimestre determinado, se solicitó información sobre la

---

<sup>11</sup> Requerimiento de información AEM-INF 2014/328, sobre la base del cual Telefónica envía información sobre la evolución de su planta de productos con una periodicidad quincenal.

<sup>12</sup> En el cálculo del coste de cada canal por cliente y mes se ha tenido en cuenta el hecho de que hay determinados canales que se ofrecen en más de una modalidad. En estos casos se ha tomado como referencia el número total de clientes que disfrutaban de dicho canal.

<sup>13</sup> Resolución de 3 de julio de 2014, por la cual se aprueba la definición y el análisis de los mercados mayoristas de terminación de llamadas en redes fijas, la designación de los operadores con poder significativo de mercado y la imposición de obligaciones específicas y se acuerda su notificación a la Comisión Europea y al Organismo de Reguladores Europeos de Comunicaciones Electrónicas (ORECE). (ANME/DTSA/628/14/M3-3ªRONDA).

<sup>14</sup> Este criterio se adoptó en la Resolución de 3 de noviembre de 2011 (AEM 2011/896).

permanencia de los clientes que causaron baja, agrupada también por trimestres. En su respuesta al requerimiento, Telefónica presentó la información en la tabla que se muestra a continuación.

**[CONFIDENCIAL]**

A partir de los datos anteriores es posible determinar la tasa de salida acumulada correspondiente a cada una de las agrupaciones de clientes captados en los diferentes trimestres considerados. El siguiente gráfico expone tal información.

**[CONFIDENCIAL]**

En este escenario, se identifica la permanencia media del cliente con el trimestre en que el 50% de los individuos del grupo de entrada correspondiente han salido, esto es, como el trimestre en el que se alcanza un 50% en la tasa de salida acumulada. Ese valor se corresponde con el valor mediano de la distribución de salidas.

Dado que en ninguno de los grupos de clientes se alcanza este 50% de tasa de salida acumulada, se ha llevado a cabo una estimación lineal a partir de los datos disponibles<sup>15</sup>. Según la estimación realizada, el 50% de la tasa de salida acumulada se alcanza en el trimestre 20. Teniendo en cuenta este resultado, esta Comisión considera adecuado establecer una permanencia media para los clientes de velocidades superiores a 30Mb de 60 meses.

### III.3 IMPACTO EN EL TEST DE REPLICABILIDAD DE LA ACTUALIZACIÓN DE PARÁMETROS

Como resultado de los ajustes anteriores, el VAN de los diferentes productos de banda ancha Telefónica se ha incrementado de manera general, excepto en el caso de los productos *Movistar Fusión Mini 10Mb*, que han experimentado una ligera reducción. En la siguiente tabla se comparan los VAN de los productos más relevantes de Telefónica, conforme a los cálculos realizados en el marco de este expediente, frente a aquéllos que actualmente se encuentran en vigor.

Denominación del producto	Cuota mensual (euros, IVA incluido)	VAN propuesto (euros)	VAN vigente (euros)	Diferencia VAN (euros)
Dúo ADSL Base 10Mb + Acceso RTB	38,72	<b>153,23</b>	129,11	24,12
Fusión Mini 10Mb + TV Contigo	42,00	<b>151,20</b>	180,49	-29,29
Fusión 10Mb + TV Para Todos	60,00	<b>197,82</b>	181,56	16,16
Fusión 10Mb + TV Fútbol	75,00	<b>122,29</b>	64,50	57,79
Fusión 10Mb + TV Energía	68,00	<b>117,25</b>	80,67	35,58

<sup>15</sup> Se han eliminado la información correspondiente a las cuatro últimas cohortes, pues corresponden a clientes que se encuentran en el periodo de permanencia.

Fusión Fibra Mini 100Mb + TV Contigo	54,00	<b>216,14</b>	180,49	35,65
Fusión Fibra 100Mb + TV Para Todos	72,00	<b>347,10</b>	181,56	165,54
Fusión Fibra 100Mb + TV Fútbol	87,00	<b>200,25</b>	64,50	135,75
Fusión Fibra 100Mb + TV Energía	80,00	<b>190,44</b>	80,67	109,77

### III.4 CONTROL SEMESTRAL DE PROMOCIONES

#### III.4.1 Descripción del sistema de control ex post

En conformidad con la metodología, la CNMC atribuye a cada producto comercializado por Telefónica el importe máximo que este operador puede usar para dedicar a los costes de captación, permitiéndole al mismo tiempo cierto grado de flexibilidad en la configuración de sus ofertas promocionales. Esta Comisión analiza las promociones que este operador lanza al mercado, comprobando que se cumplen todas las obligaciones previstas en la metodología.

El VAN de cada producto constituye el límite promocional. Es decir, la totalidad de los descuentos o regalos relativos a la captación de un cliente no puede exceder este valor. No obstante, la propia metodología permite que, bajo ciertas condiciones, puedan realizarse promociones que superen el VAN establecido hasta en un 30%. La más relevante es que, para cada producto comercializado por Telefónica, el coste de captación medio ponderado por el número de altas ha de ser inferior al VAN correspondiente, de acuerdo a la siguiente fórmula:

$$VAN_{servicio} - \sum \text{coste captación}_j \frac{n^{\circ} \text{ usuarios captados promoción}_j}{n^{\circ} \text{ usuarios totales}} \geq 0.$$

Según se especifica en la Resolución de 26 de julio de 2007 (MTZ 2006/1486), “[e]n caso que el resultado de la ecuación anterior fuera negativo para alguno de los servicios minoristas comercializados por Telefónica, esta Comisión adoptará una Resolución modificando la presente metodología de tratamiento de promociones y el VAN del correspondiente producto de forma que los márgenes negativos se compensen en el semestre en curso. Para ello, a partir de la citada Resolución, esta Comisión revisará cada una de las promociones de forma individual asegurando que el VAN de cada una de ellas sea positivo. Adicionalmente, al VAN total del producto para el semestre posterior al del incumplimiento se le restará el importe negativo correspondiente al semestre anterior. De forma combinada, las medidas anteriores aseguran que en el VAN de todos los productos sea positivo en el plazo de un año”.

#### III.4.2 Aplicación en el periodo de referencia

Durante el semestre analizado en esta revisión fueron comunicadas 484 promociones de banda ancha. Según la información procedente del requerimiento semestral, únicamente 244 de ellas captaron clientes.

De acuerdo con la fórmula anterior, para cada semestre de referencia se ha ponderado el coste de las promociones en función del número de captaciones asociadas a cada una de ellas y el resultado se ha contrastado con el VAN correspondiente. El resultado de la comprobación confirma que, en todos los casos, el coste ponderado se sitúa por debajo del límite establecido, por lo que no procede realizar ajuste alguno.

### **III.5 ALEGACIONES AL INFORME DE AUDIENCIA**

#### **III.5.1 Falta de transparencia en la actualización de parámetros**

##### *Alegaciones de Telefónica*

Telefónica manifiesta que desconoce los mecanismos y criterios empleados para determinar los parámetros actualizados, dado que los análisis realizados se omiten en los informes de los servicios o, como mucho, se informan de forma sucinta en la resolución definitiva.

En concreto, este operador hace referencia a los consumos reales utilizados en el análisis, las plantas de clientes de televisión usadas para el cálculo de los costes de los contenidos audiovisuales, y los costes de los servicios prestados sobre la red de fibra.

##### *Respuesta de esta Comisión*

En primer lugar, los parámetros utilizados resultan de aplicar la información procedente del requerimiento de información semestral que envía la propia Telefónica a los criterios que establecen la metodología de análisis ex ante y sus sucesivas actualizaciones. Dado que la presente actualización de parámetros no introduce criterio nuevo alguno con respecto a revisiones anteriores, los parámetros actualizados pueden ser determinados por la propia Telefónica.

En segundo lugar, el grado de detalle que figura en el texto del informe de audiencia –y en el de la presente Resolución– es similar al correspondiente a Resoluciones anteriores de actualizaciones de parámetros. En ninguno de los casos anteriores Telefónica expresó su disconformidad.

#### **III.5.2 Aplicación entre la metodología y la situación actual de mercado**

##### *Alegaciones de Telefónica*

Telefónica considera que la aplicación de la actual metodología de análisis ex ante de sus ofertas comerciales no le permite replicar las ofertas de determinados operadores alternativos. Para sostener su argumentación, aporta una comparativa de los precios de determinados productos de banda de diferentes operadores.

Ante esta situación, Telefónica entiende necesario que la CNMC modifique los criterios que actualmente aplica a la hora de analizar sus ofertas y pueda competir con las que comercializan el resto de operadores.

#### Respuesta de esta Comisión

El test de replicabilidad que lleva a cabo la CNMC ha de entenderse siempre ligado a las obligaciones que Telefónica tiene impuestas como resultado de su designación como operador con PSM en los mercados 1, 4 y 5 (según la denominación de la Recomendación de Mercados de 2007). En ese sentido, la metodología tiene por objeto velar por que las ofertas mayoristas de Telefónica sean suficientes para que los operadores alternativos puedan replicar los productos de Telefónica.

Partiendo de lo anterior, es preciso clarificar en primer lugar que los productos que expone Telefónica no son totalmente comparables entre sí. Así, los productos convergentes de Telefónica ofrecen el servicio de televisión, mientras que no todos los productos de los operadores alternativos cuentan con esta posibilidad.

En segundo lugar, los precios de Telefónica en relación con los de los operadores alternativos no dependen exclusivamente de las limitaciones que, según este operador, impone la metodología. Por ejemplo, Telefónica compara el precio de *Fusión 100Mb TV Para Todos* (que tiene una cuota mensual de 72 euros, IVA incluido) con los productos de fibra 100Mb *Vodafone Integral Red M* y *Canguro sin límites* de Orange, que tienen unos precios respectivos de 62 y 65,95 euros, IVA incluido. Pues bien, el VAN de *Fusión 100Mb TV Para Todos* permite que su precio se reduzca hasta los **[CONFIDENCIAL]** euros (incluyendo IVA), y ello teniendo en cuenta el coste del servicio de televisión, que Vodafone y Orange no ofrecen. Si se tomara como referencia un empaquetamiento *Fusión fibra 100Mb* de similares características pero sin incluir el servicio de televisión, Telefónica podría reducir su cuota mensual hasta los **[CONFIDENCIAL]** euros, IVA incluido. En el caso de los productos *Movistar Fusión 10Mb*, este operador podría rebajar su cuota mensual hasta los **[CONFIDENCIAL]** (con *TV Para Todos*) o hasta los **[CONFIDENCIAL]** si no se incluyera el servicio de televisión. En definitiva, la metodología ofrece a Telefónica flexibilidad suficiente para diseñar productos y establecer precios competitivos.

### **III.5.3 Evolución y vida media de clientes de fibra**

#### Alegaciones de Telefónica

Telefónica alega que los datos relativos a vidas medias de clientes de fibra que la CNMC requirió a este operador en el marco del presente procedimiento no han sido utilizados, pues no se advierte mención alguna a la información obtenida en el informe de audiencia.

Además, este operador aporta sus estimaciones basadas en la información que remitió a esta Comisión. De acuerdo con Telefónica, bajo una hipótesis restrictiva se

obtendría una vida media, calculada a partir de la tasa de *churn*<sup>16</sup>, de **[CONFIDENCIAL]**.

Respuesta de esta Comisión

Atendiendo las alegaciones presentadas por Telefónica, en el apartado III.3 de la presente Resolución se ha llevado a cabo una aproximación a la permanencia media de los clientes de velocidades superiores a 30Mb, teniendo para ello en cuenta la información procedente del requerimiento efectuado. Sin embargo, esta Comisión se ha pronunciado en ocasiones anteriores sobre el carácter no idóneo de la tasa de *churn* a la hora de determinar la permanencia media del cliente, especialmente cuando la planta de clientes está aumentando de manera sostenida. Este es el caso de los productos de fibra óptica, que han experimentado un crecimiento notable en el año 2014, muy superior al observado en años anteriores. En la Resolución de 3 de noviembre de 2011 se señala, además, que una vida media basada en la tasa de *churn* arroja resultados muy volubles ante pequeñas variaciones de esta tasa. Por otro lado, también se apuntaba que “[p]ara calcular la rentabilidad de un cliente, considerado individualmente, a un operador le puede resultar más adecuada como referencia la antigüedad media del cliente en el momento que cause la baja”, dado que a mayor horizonte temporal considerado mayor sería la probabilidad de que el cliente le genere márgenes negativos. En definitiva, el contexto actual no resulta adecuado para utilizar una vida media basada en la tasa de *churn*, por lo que esta Comisión se ha inclinado por llevar a cabo una aproximación alternativa a la propuesta por Telefónica (véase el apartado III.3). Esa aproximación no utiliza una forma paramétrica predeterminada, como un decrecimiento exponencial que justificaría aproximar la vida media como la inversa de la tasa de *churn*. Por el contrario, utiliza la información real sobre salidas de la base de clientes, aproximando la parte truncada de la distribución para calcular el valor mediano de la distribución acumulada de salidas<sup>17</sup>. Este cálculo, además, tiene en cuenta que la tasa de salida de los clientes no es un resultado exógeno a la propia configuración del mercado de accesos por fibra, en el que Telefónica presenta una cuota de mercado muy elevada y en el que las alternativas de despliegue han sido escasas hasta recientemente.

---

<sup>16</sup> La tasa de *churn* es una medida que indica el porcentaje de clientes sobre la planta total que se dan de baja en un periodo determinado.

<sup>17</sup> Es habitual señalar que la vida media se puede aproximar como la inversa de la tasa de *churn*. Ello es cierto si se asume una forma paramétrica exponencial. En tal caso, sin embargo, la forma de la distribución mantiene una parte del stock inicial de clientes en la cola derecha de la distribución, haciendo que la vida media ponderada sea mayor que la vida mediana de los clientes. Así, con una tasa de *churn* trimestral del 4% la vida media, calculada como inversa de la tasa de *churn*, sería de 25 trimestres. Sin embargo, la mediana de la distribución, que indica en qué momento la mitad de los clientes iniciales han dejado de serlo, es de 17 trimestres.

### **III.5.4 Replicabilidad de empaquetamientos de acceso telefónico que incluyen el servicio de banda ancha sobre fibra de más de 30Mb**

#### Alegaciones de Telefónica

Telefónica pone en cuestión el mix de servicios mayoristas que se estableció en la Resolución de 3 de julio de 2014. Para ello utiliza una gráfica de Orange en la que se compara la cobertura de fibra óptica prevista para el año 2015 de Telefónica, Vodafone/ONO, Orange (incluyendo Jazztel) y los operadores regionales de cable. De acuerdo con este operador, y apoyándose en los despliegues de fibra previstos para 2015, sería más adecuado utilizar un *mix* 60% conductos-40% NEBA.

Por otro lado, Telefónica señala que la adopción de la banda ancha no es igual en todos los municipios, pues “*los operadores alternativos priorizarán sus despliegues empezando por los de mayor tamaño*”, y en estos municipios la tasa de adopción de servicios de banda ancha es más elevada. Telefónica sostiene que el *mix* debería adaptarse para tener en cuenta no sólo los hogares pasados en una y otra zona sino también el porcentaje de hogares que adopta el servicio de banda ancha en cada caso. La consideración de esta circunstancia se traduciría en una modificación del *mix* que dé más peso relativo al uso de conductos por parte de operadores alternativos.

Finalmente, Telefónica estima conveniente que la CNMC detalle los criterios utilizados determinar los costes asociados al despliegue de red propia o la parte correspondiente al coste teórico del servicio de acceso indirecto fibra 100Mb que se utilizan en el test de replicabilidad.

#### Respuesta de esta Comisión

En la Resolución de 3 de julio de 2014 se planteó un *mix* que adoptaba una óptica prospectiva, y que se basaba en los anuncios de despliegue de red realizados por los diferentes operadores para los años 2017 y 2020. Los datos de despliegue de redes y de penetración de banda ancha según el tamaño del municipio que corresponden al año 2015, a los que se refiere Telefónica, han de ser interpretados de manera coherente con la perspectiva temporal adoptada. Sin perjuicio de lo anterior, los más recientes anuncios de despliegue de fibra óptica de Telefónica y de los operadores alternativos continúan guardando coherencia con la hipótesis adoptada. Así, en la propia gráfica que aporta Telefónica se muestra que el operador con mayor despliegue anunciado para 2017 –Orange/Jazztel– tendría una cobertura que alcanzaría 10 millones de unidades inmobiliarias, mientras que Telefónica ha anunciado recientemente una cobertura de 20 millones de hogares para el mismo año 2017. En definitiva, esta Comisión no encuentra motivos para modificar el *mix* establecido en la Resolución de 3 de julio de 2014.

En cuanto a la cuestión relativa a los costes utilizados para determinar el *mix*, cabe señalar que, en lo que se refiere al despliegue de la red de acceso, resultan del modelo *bottom-up* que fue elaborado por WIK, y que se encuentra disponible para todos los operadores, sustituyendo los costes de determinados elementos por los

precios vigentes<sup>18</sup> de los servicios mayoristas equivalentes utilizados por los operadores alternativos.

Igualmente, los costes relativos al resto de elementos de red que el operador despliega para ofrecer el servicio –electrónica de acceso, *backhaul*, red de agregación, red troncal IP, etc.– se basan en el modelo de costes elaborado por *Frontier Economics* para determinar los precios de NEBA y ADSL-IP. Se trata, por tanto, de un modelo de costes que se encuentra a disposición de Telefónica.

### III.5.5 Otros aspectos

#### Alegaciones de Telefónica

En su escrito de alegaciones, Telefónica realiza las siguientes apreciaciones sobre los ingresos y costes de los contenidos televisivos y del componente móvil de los paquetes convergentes:

- En primer lugar, sostiene que los costes por usuario de la Modalidad Movistar TV Total puede considerar de manera repetida el coste de aquellos canales que están presentes tanto en las modalidades *Para Todos*, *Energía* y *Fútbol*.
- En segundo lugar, señala que el coste total de determinados canales cuyos contratos establecen el desembolso de una cuantía fija y que se incluyen tanto en más de una modalidad de *Movistar TV*<sup>19</sup> debería ser distribuido conforme al número total de clientes que disfrutan del contenido, teniendo en cuenta los clientes correspondientes a todas las modalidades en las que se ofrece.
- En tercer lugar, considera que los costes de aquellos contenidos audiovisuales que supongan un pago de cuantía fija o que incorporan un importe mínimo garantizado hasta determinado nivel de clientes deberían estar siendo ya distribuidos en su totalidad a los costes unitarios que el modelo establece, por lo que toda promoción que consista en un disfrute temporal de estos contenidos debería valorarse a coste cero.

En otro orden de cosas, Telefónica expresa sus dudas acerca de la consideración de los ingresos y costes correspondientes las líneas móviles adicionales asociadas a los empaquetamientos *Fusión Min*<sup>20</sup>.

---

<sup>18</sup> Entre estos precios se incluyen los precios de la ofertas mayoristas reguladas OBA, MARCo, NEBA y también, para las infraestructuras de acceso a las verticales, los establecidos en la Resolución de 18 de junio de 2014, sobre el conflicto interpuesto por Orange y Vodafone contra Telefónica en relación con esta cuestión (CONF/D TSA/692/13).

<sup>19</sup> En concreto, Telefónica se refiere a los canales **[CONFIDENCIAL]**

<sup>20</sup> Se trata de productos cuya línea móvil principal ofrece 100 minutos de tráfico móvil-móvil/móvil-fijo y 500MB de descarga de datos de banda ancha móvil. La adición de una línea adicional a un empaquetamiento *Fusión Mini* tiene un precio de 25 euros, IVA incluido. Las prestaciones y consumos medios de estas líneas se corresponden con las de las líneas móviles *Movistar Fusión* (es decir, minutos móviles ilimitados y 2GB de descarga de datos).

### Respuesta de esta Comisión

En relación al coste de los contenidos audiovisuales, cabe señalar que esta Comisión distribuye los costes de los diferentes canales en función del número total de clientes que lo disfrutan, en la línea con lo indicado por Telefónica en sus dos primeros comentarios al respecto.

En cuanto a las promociones consistentes en ofrecer de manera temporal el visionado de contenidos cuyo coste ya ha sido totalmente distribuido en el VAN de los productos que los incluyen, esta Comisión recuerda que la determinación del coste promocional ha de realizarse desde la perspectiva del operador alternativo que pretenda replicar los servicios de Telefónica, que debería incurrir en unos costes para poder ofrecer los mismos contenidos que Telefónica promocióne gratuitamente. Por tanto, la valoración de este tipo de promociones que se realice en el contexto del análisis de replicabilidad continuará considerando el coste de proveer esos contenidos de la misma manera que se ha venido realizando.

Por otro lado, cabe apuntar que las líneas adicionales asociadas a empaquetamientos *Movistar Fusión Mini* se valoran en el test de replicabilidad de acuerdo con las características con que fueron descritas en sus respectivos oficios de notificación de comercialización. Es decir, que se considera un ingreso de 25 euros (IVA incluido) por línea adicional y los mismos tráficos y costes que en las líneas móviles Fusión que ofrecen minutos móviles ilimitados y 2GB de descarga de datos.

## **III.6 CONCLUSIONES**

En la presente actualización de parámetros se actualizan los valores utilizados en el test de replicabilidad de acuerdo con: (i) la información procedente del requerimiento de información semestral; (ii) los requerimientos de información relativos a la evolución de las plantas de los empaquetamientos con televisión, (iii) los nuevos precios de terminación fija y (iv) el requerimiento de información relativo a altas y bajas de productos de fibra, que ha llevado a ampliar la vida media de los clientes de fibra de 48 a 60 meses. Asimismo, también se ha desagregado el número de líneas móviles adicionales asociadas a los productos *Movistar Fusión*. En cuanto a las alegaciones de Telefónica, esta Comisión considera que no es pertinente la revisión del *mix* de productos mayoristas de fibra ni modificar la metodología de valoración de promociones consistentes en el disfrute temporal de contenidos audiovisuales.

Por todo cuanto antecede, la Sala de Supervisión Regulatoria de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia,

## RESUELVE

**ÚNICO.-** Aprobar los nuevos valores actuales netos de la metodología para el análisis ex ante de las ofertas comerciales de Telefónica de España, S.A.U. incluidos en los Anexos I y II de la presente Resolución. Las ofertas que presente Telefónica de España, S.A.U. deberán ser coherentes con los mismos en el momento de su lanzamiento y durante la vida del cliente.

Comuníquese esta Resolución a la Dirección de Telecomunicaciones y Sector Audiovisual y notifíquese a los interesados, haciéndoles saber que la misma pone fin a la vía administrativa y que pueden interponer contra ella recurso contencioso-administrativo ante la Audiencia Nacional, en el plazo de dos meses a contar desde el día siguiente al de su notificación.

## ANEXO I

### Valor actual neto de los servicios analizados. Productos de acceso

Tipo de producto	Denominación del producto	VAN (en euros)
<b>Servicio de acceso RTB y paquetes de acceso y tráfico</b>	Línea acceso RTB	<b>288,28</b>
	Línea Internacional	<b>216,39</b>
	Línea a Tres	<b>138,91</b>
	Línea Tarifa Plana Hogar	<b>374,63</b>
	Planazo Hogar a Fijos y Móviles	<b>178,51</b>
	Planazo Hogar	<b>175,09</b>
	Línea Económica	<b>46,94</b>
	Contrato Nueve	<b>16,19</b>
	Contrato Mínimo	<b>2,69</b>

**ANEXO II**  
**Valor actual neto de los servicios analizados.**  
**Productos de banda ancha**

Denominación del producto	Cuota mensual (IVA incluido)	VAN (en euros)
Dúo ADSL Base 10Mb + Acceso RTB	<b>38,72</b>	<b>153,23</b>
Dúo ADSL Base 10Mb + Llamadas a móviles + Acceso RTB	<b>41,48</b>	<b>174,63</b>
Dúo 10Mb + TV Para Todos	<b>45,00</b>	<b>396,67</b>
Dúo 10Mb + TV Fútbol	<b>45,00</b>	<b>60,64</b>
Dúo 10Mb + TV Energía	<b>45,00</b>	<b>177,17</b>
Dúo 10Mb + TV Total	<b>75,00</b>	<b>236,38</b>
Dúo 10Mb + Llamadas a móviles <sup>21</sup> + TV Mini	<b>30,00</b>	<b>186,33</b>
Dúo 10Mb + Llamadas a móviles+ TV Para Todos	<b>50,00</b>	<b>456,95</b>
Dúo 10Mb + Llamadas a móviles+ TV Fútbol	<b>50,00</b>	<b>120,92</b>
Dúo 10Mb + Llamadas a móvilesTV Energía	<b>50,00</b>	<b>237,45</b>
Dúo 10Mb + Llamadas a móvilesTV Total	<b>80,00</b>	<b>296,72</b>
Dúo 30Mb	<b>36,18</b>	<b>486,14</b>
Dúo 30Mb + Llamadas a móviles	<b>42,23</b>	<b>564,70</b>
Fusión 10Mb + TV Mini	<b>60,00</b>	<b>274,57</b>
Fusión 10Mb + TV Para Todos	<b>60,00</b>	<b>197,82</b>
Fusión 10Mb + TV Fútbol	<b>75,00</b>	<b>122,29</b>
Fusión 10Mb + TV Energía	<b>68,00</b>	<b>177,25</b>
Fusión 10Mb + TV Total	<b>95,00</b>	<b>124,37</b>
Fusión Mini 10Mb + TV Contigo	<b>42,00</b>	<b>151,20</b>
Fusión Fibra 100Mb + TV Mini	<b>72,00</b>	<b>496,35</b>
Fusión Fibra 100Mb + TV Para Todos	<b>72,00</b>	<b>347,10</b>
Fusión Fibra 100Mb + TV Fútbol	<b>87,00</b>	<b>200,25</b>
Fusión Fibra 100Mb + TV Energía	<b>80,00</b>	<b>190,44</b>
Fusión Fibra 100Mb + TV Total	<b>107,00</b>	<b>204,28</b>
Fusión Fibra Mini 100Mb + TV Contigo	<b>54,00</b>	<b>216,14</b>

<sup>21</sup> Los paquetes con "llamadas a móviles", además de la tarifa plana nacional de telefonía fija propia de todos los paquetes Dúo, incluyen un bono de 50 minutos de llamadas de fijos a móviles y de un bono de 500 minutos de llamadas de fijos a móviles en fin de semana.